

# 株主・ファンミーティング 「MUJIダイアログ」

2026年1月31日

## 《注意事項》

- ・イベントの様子をスタッフが撮影します。ご了承くださいませ。



# 良品計画の事業概要／株主・投資家情報

—  
経営企画部IR課

# 良品計画の会社紹介：統合報告書

## 2026年1月9日公開：「MUJI REPORT 2025」

当社の中長期的な価値創造に向けた目標や経営方針、事業の状況などを財務・非財務の両面からご紹介する統合報告書「MUJI REPORT 2025」を公開。本レポートを通じ、皆様に企業活動への理解を深めていただくとともに対話を通じて、いただいたご意見や反響を企業活動に生かすことで、長期的な企業価値の向上を目指しています。



# 良品計画の会社紹介：コーポレートサイト

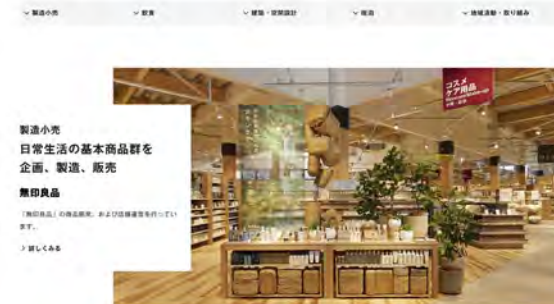
## 2025年12月17日全面リニューアル

良品計画が展開する「無印良品事業」をはじめとした事業や活動、取り組みをステークホルダーの皆様に分かりやすくお伝えすることを目的に、サイト全体の構成とデザイン、コンテンツを大幅に見直し。これにより、多くの方に良品計画の活動や企業情報を適切にご理解いただけるサイトを目指します。



### 無印良品事業

無印良品は、1990年の創業以来、「しるしの無い良いもの」という想いを軸とし、モノづくりを通じて「質の良い暮らしと世界」の実現を目指してきました。当初は衣料品、生活雑貨、食品という日々の暮らしに関わる商品から始まり、業種の拡大、工場の建設、製品の規格化といった一つの事業を大切に、「これぞいい」と思える徹底的な品質管理を続けてきました。製品ごとの責任、モノの価値や安心を伝える「製造」「流通」「販売」への徹底が私たちの、人の価値、そして社会をつくる基盤へと発展しています。素材の味を生かした「素材の美」を追求する「数値」、人が愛し、継続がたがえる信頼をデザインする「数値」、暮らしを大切に作る「数値」など、いずれの事業も「生活の基盤と夢」を育つために、世界に広げたい思いと情熱を注ぎ続ける取り組みです。



# 良品計画の会社概要

会社名 株式会社良品計画 Ryohin Keikaku Co.,Ltd.

設立 1989年6月

企業理念 「人と自然とモノの望ましい関係と心豊かな人間社会」  
を考えた商品、サービス、店舗、活動を通じて  
「感じ良い暮らしと社会」の実現に貢献する。

## 二つの使命

1. 日常生活の基本商品群を誠実な品質と倫理的な視点から開発し、  
使うことで 社会を良くする商品を、手に取りやすい価格で提供する。
2. 店舗は各地域のコミュニティセンターとしての役割を持ち、地域の皆  
さまと課題や価値観を共有し、ともに地域課題に取り組み、地域への良  
いインパクトを実現する。

# 良品計画の事業展開



感じ良いくらしのための  
サービス・取り組み



感じ良い空間と  
住まいづくり



## 生活の基本商品群の小売「無印良品」事業メインに、 カフェ、ホテル、空間、家等を展開



つながる市  
(地域連携イベント)



いつものもしも  
(防災、自治体連携)



地域事業者の出店支援



諸国良品  
(地域特産物の販売)



Café&Meal MUJI  
(地産地消)



MUJI BASE



MUJI HOTEL



移動販売バス



まちの保健室  
(ヘルスケア)



公立図書館併設店舗



地域生産者との商品開発



地域限定商品の販売



MUJI room



MUJI Camp

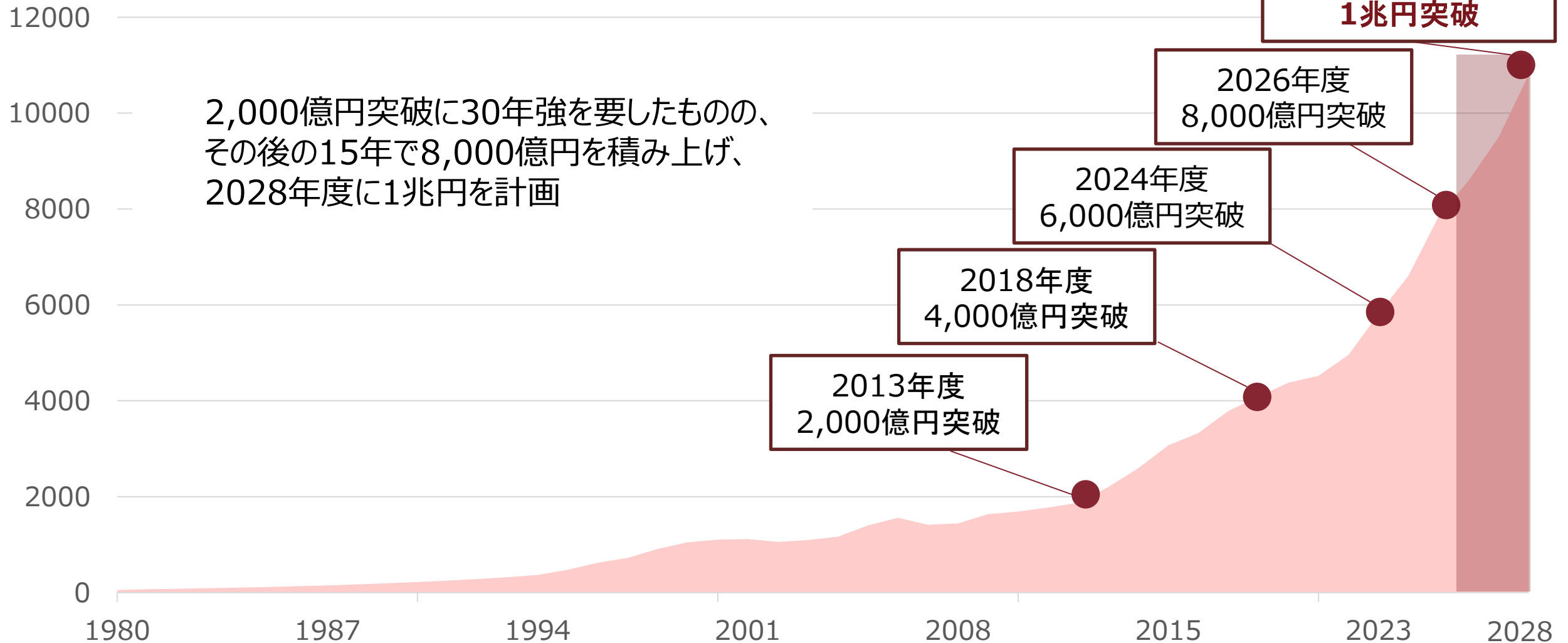
# 無印良品の特色

一つのブランドで衣・食・住すべてを展開/ 製造小売業として世界でも稀なビジネスモデル

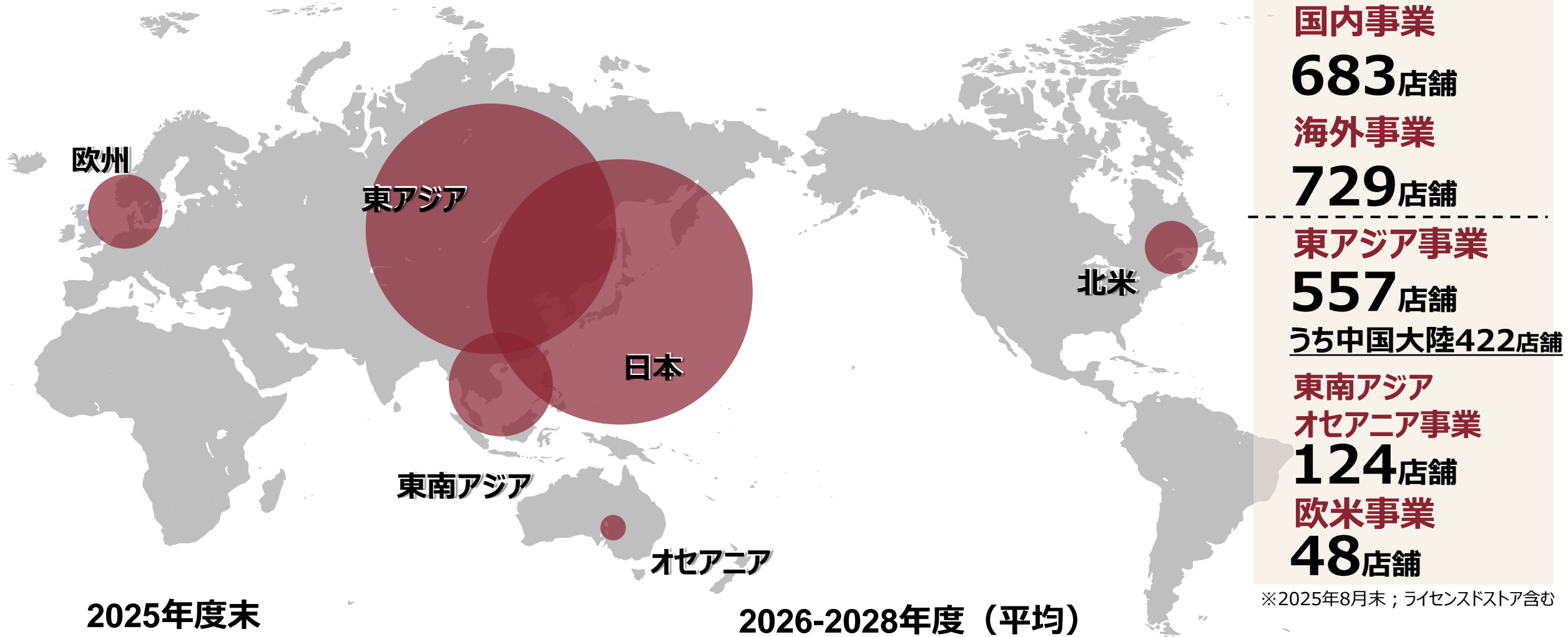


# 売上高の推移

国内外における出店加速、既存店の売上伸長に伴い売上成長が加速



# 国内海外共に店舗数を拡大



2025年度末

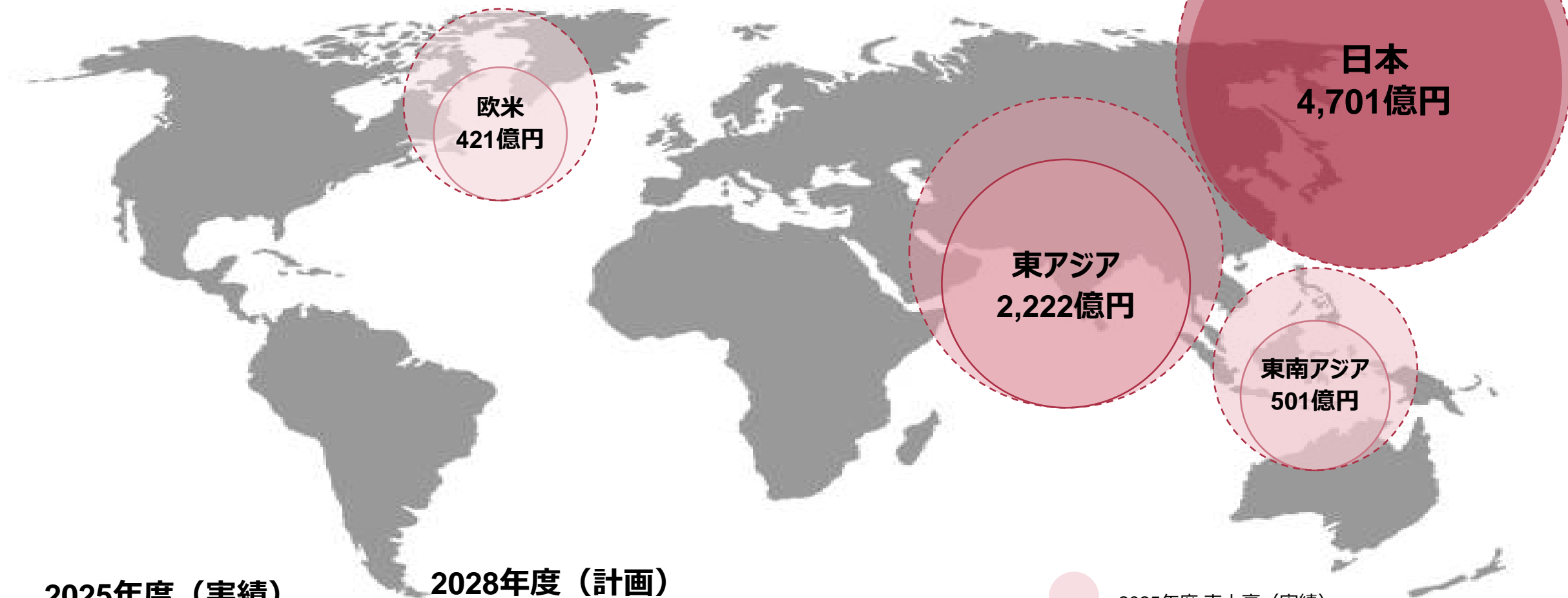
国内外合計 **1,412**店舗 →

2026-2028年度（平均）

国内 + **45**店舗/年 海外 + **70**店舗/年

# 世界での売上成長を推進

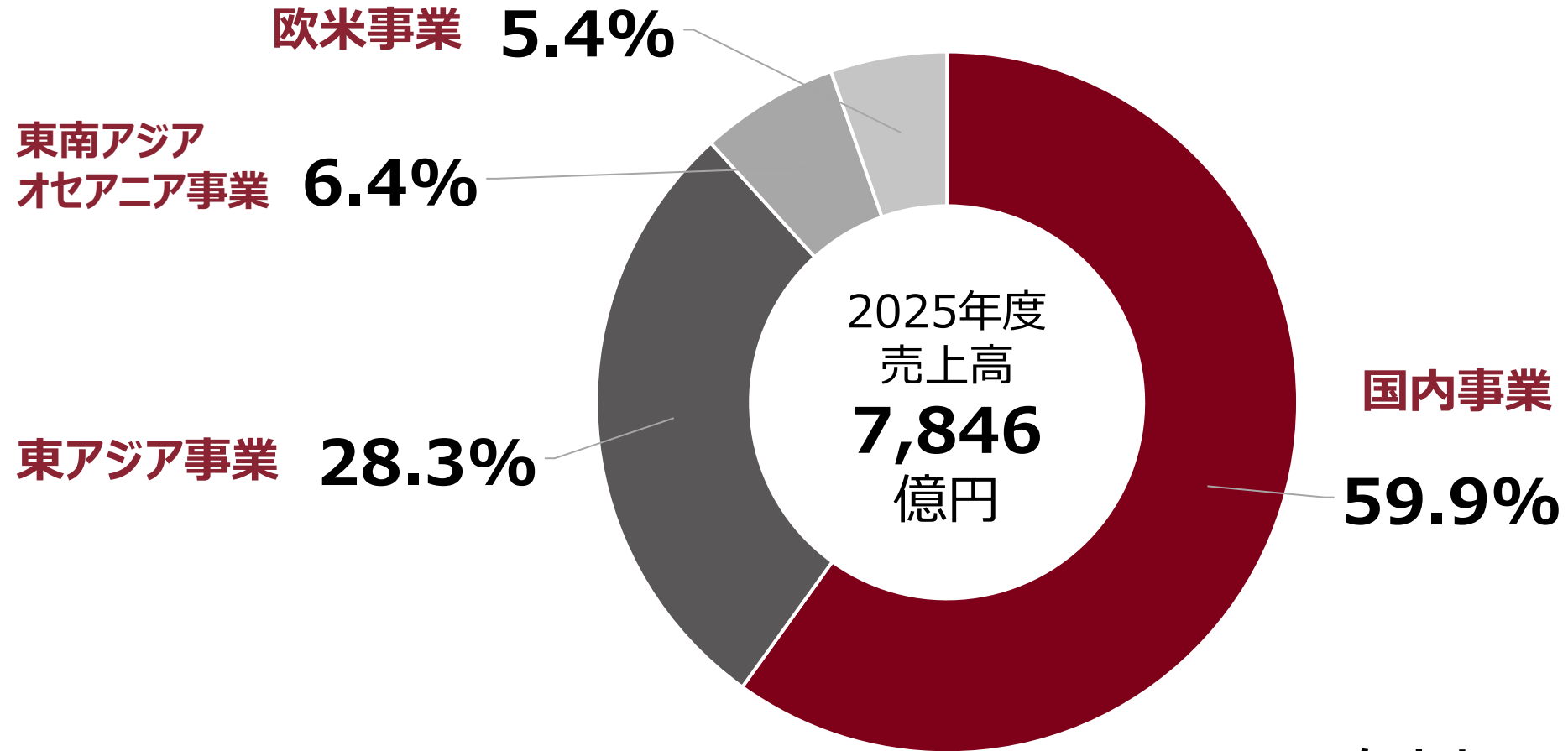
2025～2028年度における、国内・海外セグメントでの売上成長イメージ



2025年度 (実績) 7,846億円 → 2028年度 (計画) 1兆800億円

● 2025年度 売上高 (実績)  
○ 2028年度 売上高 (計画)

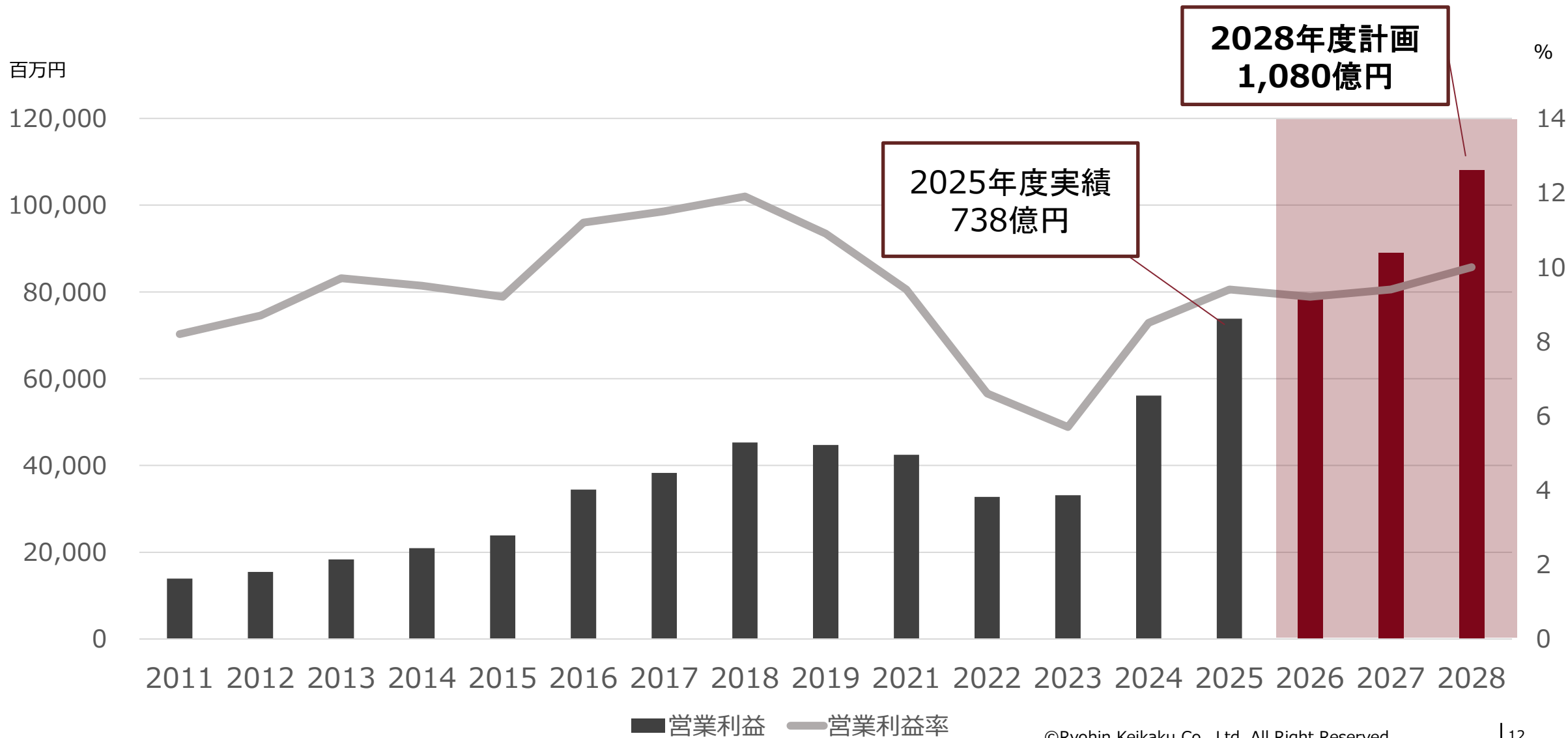
# セグメント別売上構成



2025年度末 海外売上構成比 **40%** → 2028年度 **46%**

# 営業利益/営業利益率

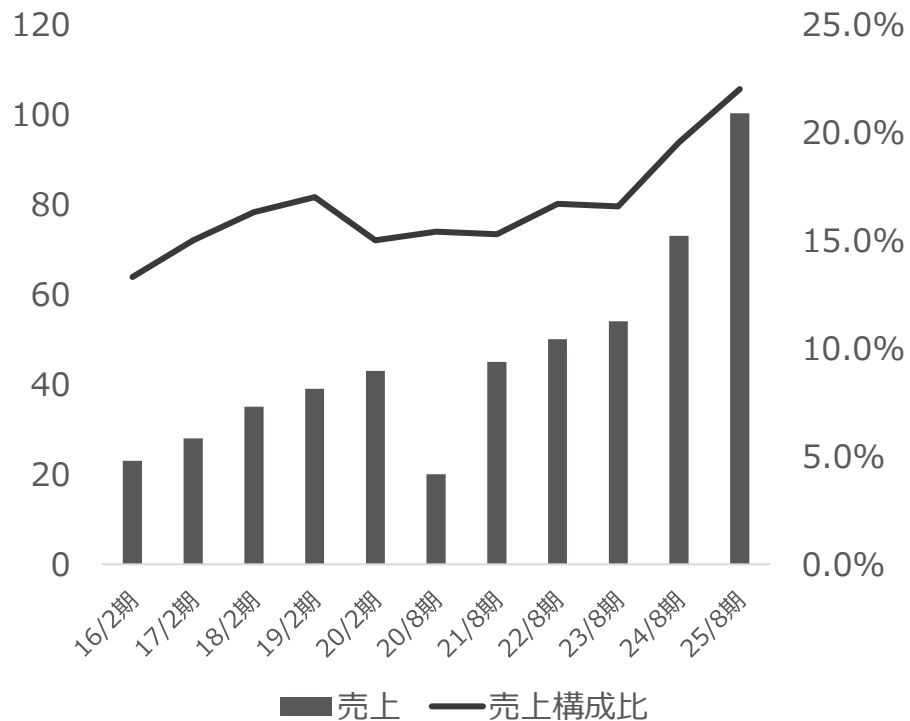
2025年度に過去最高益を更新、2028年度には営業利益率10%を目指す



# 【世界で成長に挑戦する】ヘルス&ビューティー

ヘルス&ビューティーは国内年間売上高1,000億円を突破（売上構成比 22%）  
日本企画のスキンケア商品を東アジア、東南アジアからグローバルに順次展開拡大

ヘルス&ビューティー国内売上推移

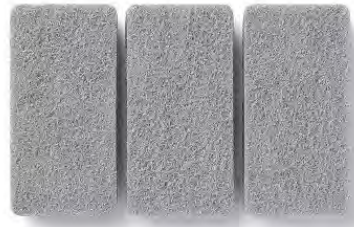


# 【世界で成長に挑戦する】 海外無印良品の品揃え

海外における生活雑貨の品揃え充足率を2026年中に日本品揃えに対し80%に引き上げ



★★★★★ 4.6 / 5 (2333件)



★★★★★ 4.4 / 5 (2113件)



★★★★★ 4.8 / 5 (1302件)



★★★★★ 4.5 / 5 (1661件)



★★★★★ 4.5 / 5 (769件)



★★★★★ 4.7 / 5 (688件)



★★★★★ 4.7 / 5 (484件)



★★★★★ 4.6 / 5 (623件)



★★★★★ 4.8 / 5 (74件)



★★★★★ 4.6 / 5 (475件)

# 【世界で成長に挑戦する】 食品

海外における食品の売上構成比を現状の4%から7%以上に引き上げていく計画

セグメント別 食品売上構成比	構成比
日本	17%
東アジア	10%
東南アジア・オセアニア	4%
欧米	4%



# 【世界で成長に挑戦する】 旗艦店

東南アジア現地でのブランド力向上のため、1,000坪級の旗艦店をオープン。

**タイ バンコク** MUJI CENTRAL WORLD FLAGSHIP STORE  
2025年11月末オープン 売場面積988坪（東南アジア事業平均約340坪）

東南アジア事業での最大店舗。スキンケア商品やフレグランスなどの生活雑貨、Tシャツ・パジャマなどが売れ筋。ローカルの食品も発売開始。



**ベトナム ホーチミン** MUJI LE THANH TON  
2025年11月末改装オープン 売場面積905坪（改装前600坪）

情報発信拠点として現地におけるプレゼンスを向上。生活雑貨の品ぞろえを拡充。リニューアルオープン当日は、1,000名近くの行列。



# 【世界で成長に挑戦する】 旗艦店

欧米事業の成長を牽引する起点として、欧州初となる旗艦店をパリに出店を計画

## パリ旗艦店「MUJI Rivoli（仮）」

2026年秋～冬頃、フランス パリ リボリ通りに  
欧州初の旗艦店を出店予定。

欧州最大規模の売場面積（600坪超）と品揃えを誇る。  
無印良品の世界観を体現しながら、パリの文化に溶け込む  
内装を計画。

欧州事業の成長を牽引する起点としての役割を担う。



※パリ旗艦店の外観イメージ

# 進捗状況・実績

## 2026年8月期第1四半期決算発表（1月14日）

- 国内事業におけるEC販売停止の影響がある中、営業収益および各段階利益は想定を超過。国内事業は、EC販売停止の影響を受けるも、無印良品週間が好調に推移。
- 生産内製化による原価低減が進み、営業総利益率が改善。また、一部販管費の期ずれもあり、営業利益率が向上。
- 海外事業は、営業収益、営業利益ともに大幅伸長。
- 通期計画は計画通り進捗する見通し。

(億円)	25/8期第1四半期		26/8期第1四半期				26/8期第1四半期	
	実績	営業収益 対比	実績	前年同期比	営業収益 対比	営業収益対比前 年同期差	営業収益対比 前年同期差	
							国内単体	中国大陸
営業収益	1,976	—	2,282	115.4%	—	—		
営業総利益	1,019	51.6%	1,201	117.8%	52.6%	+1.1%	+1.4%	+1.0%
販管費	800	40.5%	917	114.7%	40.2%	▲0.3%	+0.3%	▲0.5%
営業利益	219	11.1%	283	129.3%	12.4%	+1.3%	+1.1%	+1.6%
経常利益	212	10.8%	291	136.8%	12.8%	+2.0%		
親会社株主に帰属する 四半期純利益	149	7.6%	220	147.4%	9.7%	+2.1%		

# 株主の皆様との関係づくり

## 2021年より個人株主向けの活動を本格展開

ステークホルダーの皆様との建設的な対話を重ねながら、ご意見やご要望を企業活動に反映することで、社会への良いインパクトを共創することを目指します。

そして、活動の結果として高い収益構造をつくり、正しく納税し、ステークホルダーの皆様への適切な還元を行いながら、公益に寄与する企業として社会的責任を果たす。

### 【個人株主向け活動の目的】

- 当社の企業理念や思想に共感し、愛着を持った「**ファン株主**」層を拡大する。
- 株主優待やイベント等を通じ、**株主との関係づくりを深め、中長期保有の動機づけ**とする。
- お客様であり、地域社会の一員であり、株主でもある皆様の声を取り入れ、**経営に参画**いただく。



# 株主の皆様との関係づくり

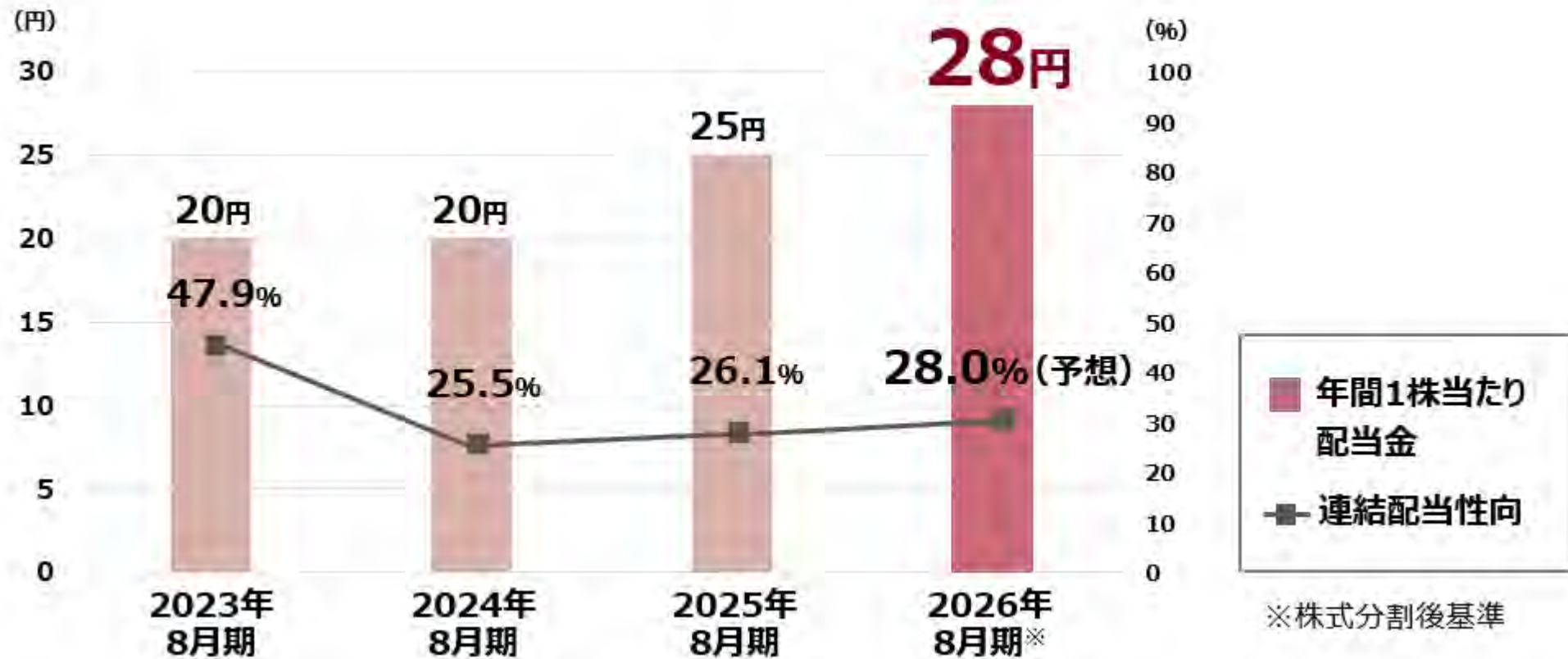
## 株主総会・株主ミーティング／店舗での株主・ファンミーティングの開催

- 2021年より株主の皆様と当社経営陣の間で、ビジョン、商品、店舗運営等を直接意見交換する場として、株主総会後の株主ミーティングを開始。2022年に祝日開催に変更、参加者数が5倍に増加。
- 2025年の株主総会では、オンライン含め1,400名以上の方が参加。4時間にわたり40問のご質問ご意見をいただく。
- 2023年より、店舗での株主・ファンミーティングを実施。別途、地域事業者や近隣住民対象のタウンミーティングを現場主体で実施。
- 2025年度は計18回、800名を超える株主の皆様と対話。2026年度、全国各地での開催を予定。



# 株主還元・配当

連結の配当性向30%を基準とし、25/8期に引き続き、26/8期も連続増配を予定



# 株主還元・株主優待

## 株主優待の段階的な拡充

- 2022年11月 株主優待のトライアル実施
- 2023年11月 株主優待の正式導入（当時の割引率は5%）
- 2024年11月 優待割引率を7%に引き上げ

### <株主優待の概要>

- 対象:毎年8月末または2月末時点で100株以上保有する株主
- 内容:お買い物 **7%割引**（期間中は何回でも利用可）

さらなる利便性向上のため、2026年2月末時点を基準日とする株主優待より**自社のスマートフォンアプリ「MUJI アプリ」上での電子化**。従来、カード形式のシェアホルダーカードを廃止し、「MUJI アプリ」にて取得できる電子クーポンを進呈します。無印良品店舗の**セルフレジにてご利用**できるほか、**従来対象外であったネットストアでもご利用いただけます。**



# 株主・投資家の皆さまへの情報開示

## 「IRメール配信サービス」

株主や個人投資家の皆様への情報提供の一環として、メール配信サービスを行っております。ご登録いただいた皆様に、当社に関する各種情報をタイムリーにお届けする無料のメールマガジンです。ぜひご登録ください。



<https://www.ryohin-keikaku.jp/ir/registration/>

### IR情報

- 適時開示情報
- 決算関連資料
- 月次国内、海外売上概況更新のお知らせ
- その他IRトピックス

### 企業情報

- テレビ放映のお知らせ
- 無印良品週間開催のお知らせ
- その他キャンペーンのお知らせ

### イベント情報

- 店舗開催の「株主・ファンミーティング」のご案内
- 株主限定「株主ミーティング」のご案内
- メール配信サービス登録者限定イベントのご案内

# 無印良品グランフロント大阪の取り組み

—  
無印良品 グランフロント大阪

# マーケット



- ▶売場面積 : 44,000㎡ (約13,000坪)
- ・来場者数 : 約3,000万人 (19年 約5,000万人)
- ・駐車場台数 : 約330台
- ・営業時間 : 物販 11:00-21:00  
※一部10:00~21:00

▶梅田地区の1日の乗降客数は224万人  
(JR・地下鉄メトロ・私鉄 (阪急、阪神))



## ▶来場者属性

- ・20~60代の有職者の男女
- ・平日の昼は広域から買い物に来る主婦層と夕方は仕事帰りの20~40代の有職者
- ・土日は大阪、京都、神戸など広域から来るお客さま
- ・大人、子育て家族のワークショップへの参加イベント参加数が多く、予約がすぐに埋まる
- ・丁寧な暮らしをしたい、新しい発見や体験をしたい
- ・自分にとって価値があるもの知り、価格だけでなく自分にとって良い買い物がしたい
- ・いつでも買える、商品が揃っているお店で買いたい
- ・ゆっくり丁寧に買いものがしたい

## ▶うめきた開発

- ・2023年3月 : 新駅 (大阪駅西口・うめきた地下口) 関西2府4県の利便性向上。関空直通50分
- ・2024年夏 : うめきた開発2期「グングリーン大阪」都市公園一部オープン
- ・2025年 : 大阪万博 (at 夢洲) 来場者2,800万人以上、経済効果は約2兆円
- ・2027年 : 「グングリーン大阪」街びらき
- ・2030年 : 大阪IR構想 (at 夢洲) (国際会議場、エンターテインメント施設、カジノ等) 来場者2,000万人/年、経済効果は約1.1兆円/年
- ・阪急阪神「梅田ビジョン」計画
- ・芝田1丁目計画→(仮称)梅田コネクトロード実現
- ・大阪マルビル竣工

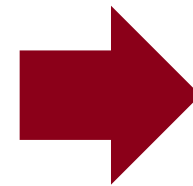
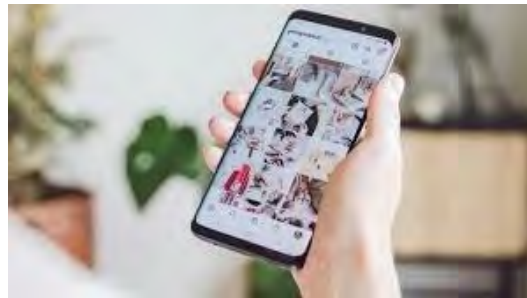
- ・梅田地区の1日の乗降客数224万人 (新宿、渋谷、池袋に次いで世界4位)
- ・2030年に向けて大阪市、梅田地区の開発が進んでいく

これからの時代に店舗は何を大切にすべきか…

■ 偶然の出会い

■ コミュニケーション

# 現代の出会いとは…



# 必然の出会い

# どんな出会いが大切か

偶然の出会い

様々な  
価値観に  
出会い

視野が  
広がり

人としての  
成長

価値観は、一人ひとり違う  
何もしなければ狭まっていく  
視野と価値観は比例する  
出会った人の数と人の成長も比例する

# 2040年どうなるか

## 高齢者人口がピーク

2040年の日本では65歳以上の高齢者が3,929万人となり、全人口の34.8%を占めると予測



引用元：令和2年版厚生労働白書

	2024年2月時点	2025年推計	2040年推計
総人口	1億2,399万人	1億2,326万人	1億1,284万人
生産年齢人口(割合) ※15~64歳	7,373万人 (59.5%)	7,310万人 (59.3%)	6,213万人 (55.1%)
65歳以上の人口(割合)	3,620万人 (29.2%)	3,653万人 (29.6%)	3,929万人 (34.8%)
75歳以上の人口(割合)	2,030万人 (16.4%)	2,155万人 (17.5%)	2,228万人 (19.7%)

出典：<https://www.pasonagroup.biz/hint/109>

労働力不足問題

社会保障制度問題

医療・福祉問題



# 2040年どうなるか


無くなると言われている職業

ITエンジニア  
営業職  
データサイエンティスト  
介護職  
カウンセラー  
コンサルタント  
教師

- 正解がない仕事か
- マニュアル化・ルーティン化が難しいか
- 人によって結果が異なるか
- 独自性や想像力が必要か
- 人の感情を読み取る必要があるか



コミュニケーション

- 
- 創造力
  - 感性
  - コミュニケーション力


# どんな出会いが大切か

コミュニケーション

エンパシー

自分とは異なる価値観や考え方を持つ他人に  
自己を投影し、相手が何を考えているのか、  
どう感じているのかを想像する力

# 無印良品グランフロント大阪の役割



■ 無印良品の商品がすべて揃い、無印良品の  
“今”、最新の品揃えやサービスがある

■ 住空間事業の旗艦店  
『10年後の住まい、100年後の暮らし』

■ 店舗を最大のメディアとする旗艦店  
『発見、体感、体験できる “集える場所”』

# 無印良品 グランフロント大阪 2023年9月増床リニューアル

## ■店舗のコンセプト

### みんなのライフパーク。

“住まいに必要な住宅から日々の暮らしに必要な日用品まで暮らしの空間すべてが揃っているお店”

## 無印良品 グランフロント大阪 2023年9月8日|金| リニューアルオープン



# 11の特長

1. 京阪神最大面積で、『無印良品のすべてが揃う』
2. テーマパークのように『体感・体験』できる
3. 無印良品初『MUJI Coffee』 ※25年6月にアイスクリームなど品揃え拡大
4. 様々な『住まいの専門家』が承ります
5. 西日本初『MUJI INFILLO（ゼロ）』の提供と  
西日本初『空間設計事務所』を設置 ※25年9月から組織体制見直し
6. 新サービス『コワーキングスペース』
7. 『資源循環型』の社会を考える
8. Café&Mealの『地産地消』
9. 健やかな社会を目指し『まちの保健室』設置 ※24年9月に設置
10. “暮らし”をテーマにつながる『open MUJI』
11. 『配信スタジオ』からのコミュニケーション



# 京阪神最大面積で、『無印良品のすべてが揃う』

売場面積 約1,500坪

取扱品目 無印良品の商品すべてが揃う  
※無印良品以外  
IDEE  
ヴィンテージ家具  
店舗限定諸国良品  
地域住まいのパーツ・建材、  
空間備品など

営業時間 11:00～21:00



# テーマパークのように『体感・体験』できる

## 2階

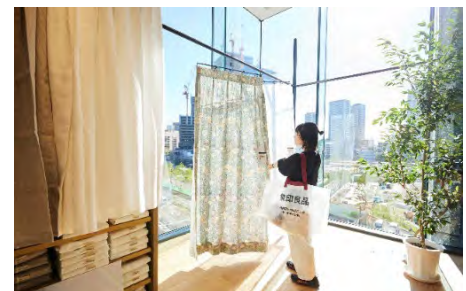
- ・入口ステージ 毎月、暮らしに役に立つ衣食住の商品を紹介
- ・衣料品 ガラス面を増やし、自然光でウェアを体験

## 3階

- ・香り エッセンシャルオイルが試せる新環境
- ・キッチンスタジオ 定期的に試飲・試食、シェフのアレンジレシピ開催
- ・コーヒーサービス 店内焙煎したコーヒー、アイスクリームの販売

## 4階

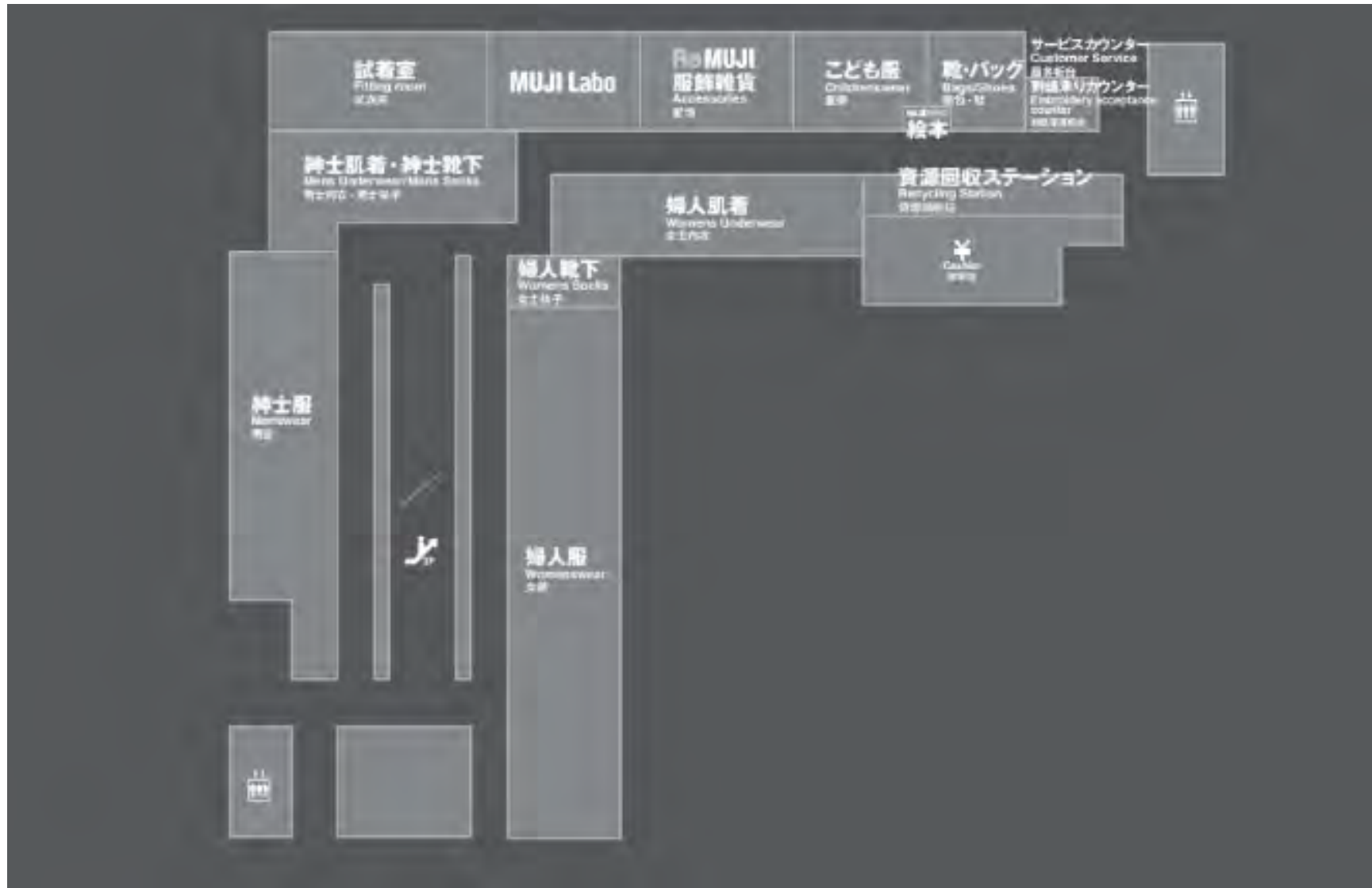
- ・カーテン 自然光で遮光や色合いが試せる
- ・モデルルーム 10のモデルルームで日用品から家具、リフォーム、リノベーションを体感
- ・空間ゾーン コワーキング、見えるオフィス、キッズスペース



# 2Fフロア

商品：衣服雑貨

サービス：刺繍サービス



# 3Fフロア

商品:生活雑貨日用品、食品、Found

サービス: MUJI coffee、まちの保健室、免税



# 4Fフロア

商品:生活雑貨住空間、IDEE、セレクト家具、家、リノベ、リフォーム、café&Meal  
 サービス:住まいの相談、法人、コワーキング、キッズルーム、イベント、配信スタジオ



## 4F 住居用品・家具

Housing Supplies/Furniture  
 家居用品・家具

<p><b>ベッド・寝具</b>                  Bed/Bedding                  床・床上用品</p> <p><b>リビング・ダイニング</b>                  Living/Dining                  生活・食卓</p> <p><b>収納家具・収納用品</b>                  Storage furniture/Storage supplies                  儲物家具・儲物用品</p> <p><b>照明</b>                  Lighting                  照明</p> <p><b>寝装ファブリック</b>                  Fabric                  床上用品</p> <p><b>カーテン・ラグ</b>                  Curtain/Rug                  窗帘・地毯</p> <p><b>スリッパ</b>                  Slippers                  拖鞋</p> <p><b>家具・リフォーム</b>                  Furniture/Renovation                  家具・裝修</p> <p><b>IDEE</b>                  Product delivery counter                  产品送货柜台</p> <p><b>配送カウンター</b>                  Delivery Counter                  配送服务台</p> <p><b>住宅設備・内装材</b>                  Housing equipment/Interior materials                  房屋设备・室内装修材料</p> <p><b>住まい・インテリア相談カウンター</b>                  Housing / Interior consultation service counter                  家居・家具咨询洽谈服务台</p>	<p><b>防災用品</b>                  Disaster prevention supplies                  防灾用品</p> <p><b>自転車</b>                  Bicycles                  自行车</p> <p><b>グリーンガーデニング用品</b>                  Green Gardening Supplies                  绿色园艺用品</p> <p><b>家</b>                  House                  房子</p> <p><b>団地リノベーション</b>                  Housing complex renovation                  住宅小区改造</p> <p><b>マンションリノベーション</b>                  Mansion renovation                  公寓装修</p> <p><b>見えるオフィス</b>                  Visible office                  可视化办公室</p> <p><b>キッズスペース</b>                  Kids space                  儿童空间</p> <p><b>コワーキングスペース</b>                  Coworking space                  联合办公室</p> <p><b>Open MUJI</b></p> <p><b>Café Meal MUJI</b></p> <p><b>MUJI BOOKS</b></p> <p>給水機</p>
--	--

# 無印良品初『MUJI Coffee』

自分好みのコーヒーと出会えるコーヒーサービス

- ・店内で焙煎
- ・100gと200gの小分け販売
- ・50gから量り売り販売
- ・無印良品オリジナルのコーヒーマシンで抽出したコーヒー（240ml）を提供 ホットorアイス280円～
- ・アイスクリーム 190円～



# 様々な『住まいの専門家』が承ります

家具選び、住まいの模様替えから、リフォーム、フルリノベーション、戸建てまでワンストップで暮らしにまつわる相談ができる「住まいの相談窓口」を設置

## ＜資格をもつ専門家＞

10の資格を持つ専門家が15名（整理収納アドバイザー除く）

- ・ファイナンシャルプランニング技能士
- ・住宅ローンアドバイザー
- ・宅地建物取引士
- ・マンション管理士
- ・建築士
- ・マンションリフォームマネージャー
- ・リフォームスタイリスト
- ・キッチンスペシャリスト
- ・インテリアコーディネーター
- ・整理収納アドバイザー



住まいの相談カウンターでは  
専門スキルを持ったスタッフが  
住まいづくりをサポートします。



インテリア  
コーディネーター

お客様に合わせた  
インテリアをご提案します。



整理収納  
アドバイザー

使いやすく、しましやすい  
収納をご提案します。



キッチン  
スペシャリスト

使いやすいキッチン  
をご提案します。



リフォーム  
スタイリスト

部分リフォームの  
ご提案をします。



マンションリフォーム  
マネージャー

マンションリフォームの  
設計、管理をします。



建築士

家やリノベーションの  
設計、施工ができます。



マンション管理士

マンション・団地を  
一緒に探します。



宅地建物取引士

不動産取引の  
サポートをします。



ファイナンシャル  
プランニング技能士

適切な購入予算を  
お客様と一緒に考えます。

# 健やかな社会を目指し『まちの保健室』設置

「まちの保健室」は、「日々の暮らしを自然に見つめなおすきっかけをつくり、自分らしい健やかさを実現するための行動を後押しする」ことをコンセプトに地域行政、医療とも連携して活動しています。  
全国4カ所で都市部ではグランフロント大阪だけです。  
まちの保健室には、薬剤師が2名在中しています。

## 主な活動

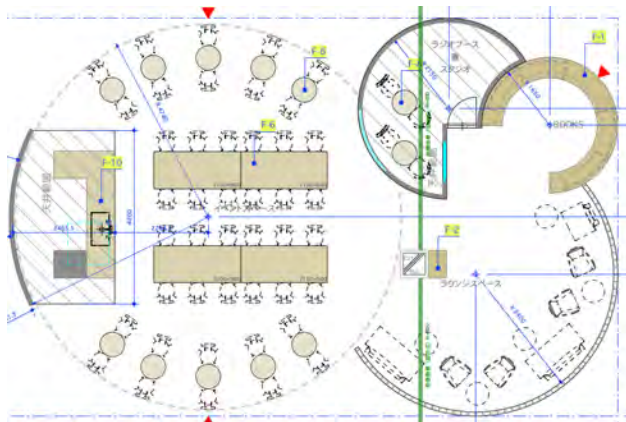
- 健康相談
- 和漢茶、漢方薬の販売
- 健康測定機器の設置
  - ・まちの保健室（3階）： 血圧計、体組成計、肌年齢測定器
  - ・食品売場（3階）： 野菜の摂取度が分かる測定器
  - ・配送カウンター近く（4階）： 血管年齢・脳年齢が分かる測定器
- 健康イベント



# “暮らし”をテーマにつながる『open MUJI』

## 毎週末行う主なイベント

- 食と農イベント（つながる市、料理教室、試食試飲会）
- 作家、生産者、産学連携ワークショップ
- 行政機関・地方公共団体と連携したイベント
- アート、文化、音楽イベント
- 関係地域・自治体イベント
- 住まいのセミナー
- 暮らしに纏わるトークイベント



# “暮らし”をテーマにつながる『open MUJI』

## ■ 循環

- ReMUJI
- ほかさんマップ
- LFCコンポスト
- スタッフWS (リメイク部)
- THINK CIRCULAR
- フードドライブ (大阪市社会福祉協議会)
- 梱包材再利用 (3F)
- デカボスコア掲出



# “暮らし”をテーマにつながる『open MUJI』

## ■ 地域

- 丹波篠山福住 2拠点生活
- 移住定住（自治体連携）
- 地域産業（温泉州）
- 諸国良品
- ノカテ
- 地域事業部連動企画





# “暮らし”をテーマにつながる『open MUJI』

## ■ 健康

- まちの保健室
- 漢方フェス
- 健やか相談
- 自治体連携





# “暮らし”をテーマにつながる『open MUJI』

## ■ 商品

- みんなのバウム
- きほんの服展
- 6代目バターチキンカレーお披露目会
- 無印良品のわけ展
- 未利用魚使用メニュー試食会



# “暮らし”をテーマにつながる『open MUJI』

## ■ 伝統・文化・アート

- Life in Art  
(OsakaArtScapes2025)
- しめ縄
- 初釜
- お笑いライブ
- 落語 (大阪繁盛亭)



# “暮らし”をテーマにつながる『open MUJI』

## ■ 対話

- ファンミーティング
- 無印良品の中の人とはなそう
- FM802公開生放送



FM802 HOLIDAY SPECIAL  
無印良品 グランフロント大阪  
「LIFE PARK DAYS」公開生放送



9.16 月曜 14:00-17:51  
無印良品 グランフロント大阪  
4F ラジオブース 内田 絢子 / 飯室 大吾 FM802  
LIFE PARK DAYS



# 『配信スタジオ』からのコミュニケーション

毎日配信

- 店内放送
- MUJI passport、Instagramライブ配信

主な内容

- 新商品など商品紹介
- イベント告知
- MUJIニュース
- 地域の情報

無印良品  
くらしのラジオ



# 無印良品グランフロント大阪が目指す姿

## グローバル旗艦店

### ありたい姿

- ・無印良品の思想、活動が伝わる**メディア店舗**（売場・人・オペレーション）
- ・感じ良い暮らし、社会が**体感体験できる店舗**
- ・無印良品との関係人口を増やし、**ファン化**（メンバー拡大、社員登用、他店送客）
- ・無印良品の**これからを発信し続ける**

### ありたい状態

- ・売上だけでなく、売場（環境）、人、オペレーション、コミュニケーションで**世界一の旗艦店**となっている
- ・全国各地でつながった人、コト、産業を線で結び、グランフロント大阪が編集し、イベントや企画展が**365日開催**されている
- ・グランフロント大阪が旗艦店として、関西の**人財育成**が進み、良品計画で働きたいという**人財が増え**ている
- ・買い物だけでなく、ここのお店に来れば、新しい商品、価値観、様々な人に出会え、**発見や暮らしのヒント**がもらえる

# 無印良品 グランフロント大阪の方向性

## 店舗コンセプト

『住まいに必要な住宅から日々の暮らしに必要な日用品まで暮らしの空間すべてが揃っているお店』

- ・無印良品の商品がすべて揃い、無印良品の“今”、最新の品揃えやサービスがある
- ・住空間事業の旗艦店『10年後の住まい、100年後の暮らし』
- ・店舗を最大のメディアとする旗艦店『発見、体感、体験できる“集える場所”』

## 行動指針

『主語はお客様、主役はスタッフ』

- ・みんなエンパシーがある

自分とは異なる価値観や考え方を持つ他人に自己を投影し、相手が何を考えているのか、どう感じているのかを想像する力

- ・主語は「私」ではなく、「私たち」でもない

お客様にとってどうするのが良いかで考える

- ・主役とは、「主演」の意味

スタッフがお客様に興味を持ち、売場でお客さまとの会話の時間に集中でき、お客様にとって最適な提案ができる

# 株主ミーティング ITサービス部の取り組みについて

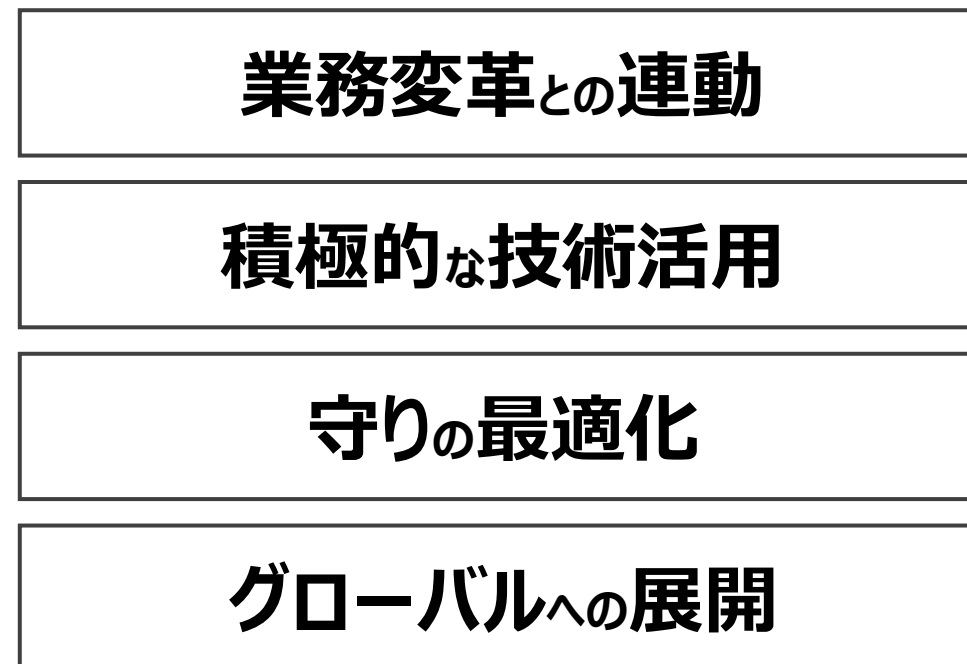
2026年1月31日 @ グランフロント大阪

株式会社良品計画 ITサービス部 佐藤大輔

# ITサービス部の役割

グローバルでの成長を情報と技術で支えること。  
業務に寄り添った仕組みをつくること。

ITサービス部に求められる役割



## 効率的に守り、効果的に攻める。

### 2026年8月期 連結通期計画

- 増収増益を見込む。営業収益、各段階利益は3期連続で過去最高を更新する見通し。また、25/8期の期末配当、26/8期の年間配当とともに増配見込み。
- ・ 既存店売上上の伸長と出店を軸に、営業収益は前期比9.6%増の8,600億円を見込む。
- ・ 営業総利益率は、為替影響による押し上げが縮小する一方、生産内製化に伴う原価低減および値下げの抑制により改善を見込む。
- ・ 販管費率は、IT経費等の増加により、前期より悪化する見通し。
- ・ 営業利益は前期比7.0%増の790億円を見込む。営業利益率は9.2%と前期より低下するものの、為替影響除くと実質的には改善。
- ・ 親会社株主に帰属する当期純利益は、25/8期に計上した欧州事業再編に伴う税効果が剥落する中でも、530億円を見込む。

(億円)	25/8期		26/8期			
	実績	営業収益対比	計画	前年同期比	営業収益対比	前期収益対比(前期比)
営業収益	7,846	-	8,600	109.6%	-	-
営業利益	738	9.4%	790	107.0%	9.2%	▲0.2%
経常利益	723	9.2%	760	105.1%	8.8%	▲0.4%
親会社株主に帰属する当期純利益	508	6.5%	530	104.2%	6.2%	▲0.3%
1株当たり配当金 (円) *	25(分割前50)	-	28(分割前56)	-	-	-
ROA (総資産経常利益率)	13.5%	-	13.1%	-	-	-
ROE (自己資本当期純利益率)	16.3%	-	15.1%	-	-	-

\*2025年9月1日付で普通株式1株につき2株の割合で株式分割を実施

©2025 Ryohin Keikaku Co., Ltd. All Right Reserved

| 21

### 設備投資計画

- 設備投資は、国内外での出店を中心とした成長投資を軸に407億円を見込む。

- ・ 店舗投資は、前期並みの240億円を計画。国内は、出店数を厳選することで、98億円。海外は、各地域の旗艦店を含む出店の増加により、142億円を見込む。
- ・ ソフトウェア投資は、サプライチェーンの基盤構築、店舗業務の生産性向上、EC・アプリ等に、120億円を計画。
- ・ その他投資は、再生エネルギー事業および物流センター関連等に46億円を計画。

(億円)	25/8期	26/8期		
	実績	計画	前期差	前期比
国内店舗投資	117	98	▲18	83.8%
海外店舗投資	128	142	+13	110.7%
店舗投資計	245	240	▲5	97.9%
ソフトウェア投資	150	120	▲29	80.1%
その他投資	14	46	+32	329.5%
合計	409	407	▲2	99.3%

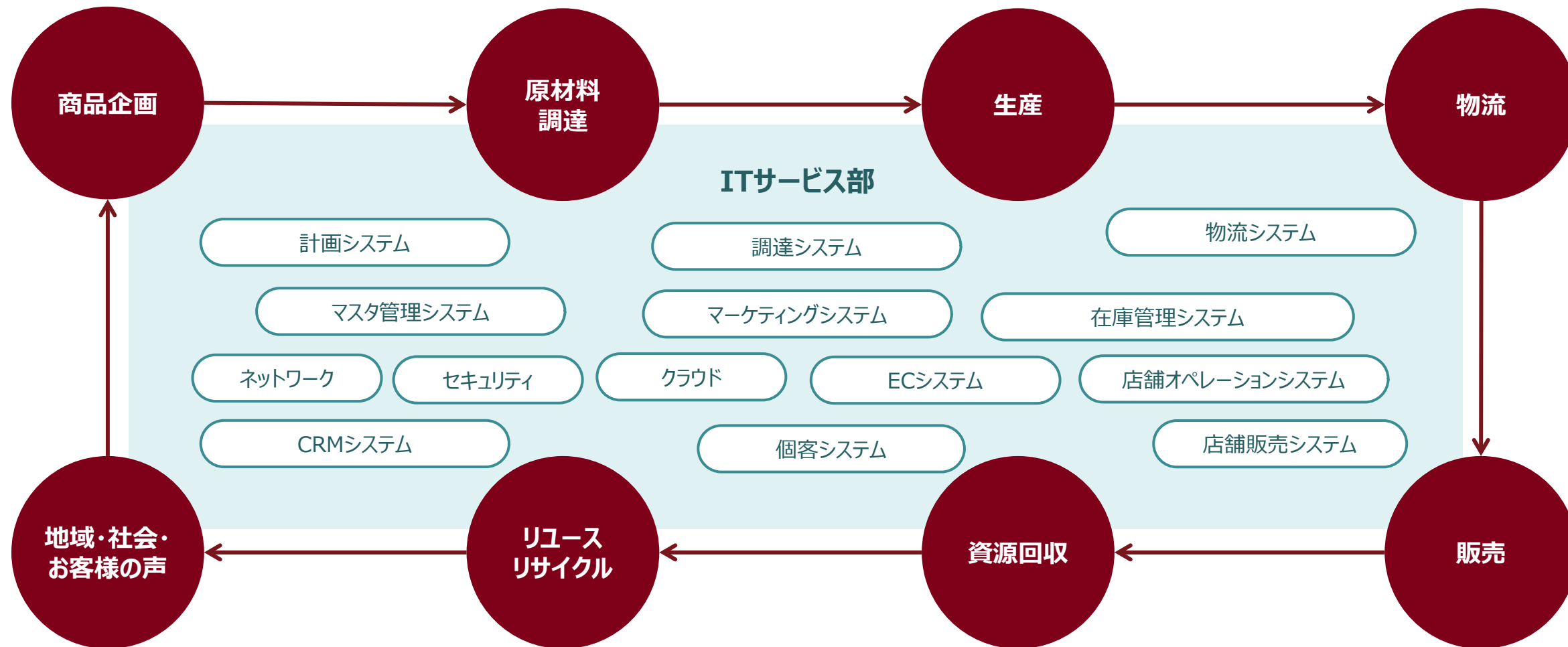
©2025 Ryohin Keikaku Co., Ltd. All Right Reserved

| 26

※2025年8月期決算説明会資料より

# ITサービス部の仕事のカバー範囲

ものづくりから販売までを流れをカバー。

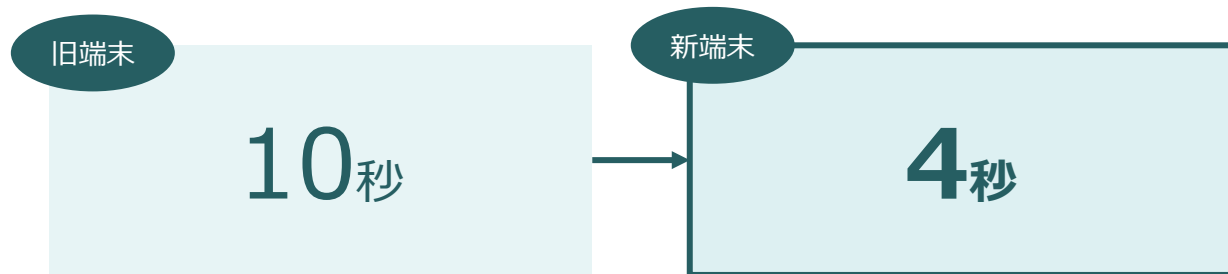


# ITサービス部の取り組み例

## 店舗レジ改善

### レジ改善によるお客様体験向上、 業務効率化、システム運用削減

- 店舗サポート部・販売部と連動して実施
- 有人レジ・セルフレジをリニューアル
- その後も決済端末入れ替えなど継続改善
- オペレーション改善と合わせてレジ列解消へ



# ITサービス部の取り組み例

## 店舗オペレーション改善

### 店舗運営の効率化に向けた IT活用の推進

- 店舗サポート部・販売部と連動して実施
- 店舗の業務負荷を減らす複数施策
- 在庫検索・承りシステムなどリニューアル
- 販売に集中できる時間を捻出

今まで

店舗業務メイン  
PC

これから

店舗業務メイン  
モバイル



# ITサービス部の取り組み例

## MUJIアプリ

### 「MUJI passport」を 「MUJI アプリ」へ全面リニューアル

- ECデジタルサービス部など社内部門と連動
- 内製エンジニア中心の大規模リニューアル
- 大きなトラブルなくプロジェクトゴール
- リリース後の改善もスピーディに対応



過去

外注に依存  
コスト高い  
改善スピードが遅い

現在

内製で対応  
コスト安い  
改善スピード速い

# 無印良品の未来に向けた 取り組みについて…

**無印良品の商品やサービス、当社の経営について、  
皆様の声をお聞かせください！**

# 株式会社 良品計画

## <免責事項>

- 当資料に記載されている内容は当社の株式の購入、売却など、投資を勧誘するものではありません。
- 当資料に記載されている当社の財務状況、経営方針、計画、業績目標等のうち歴史的事実でないものは、現在入手可能な情報を基にした予想値であり、これらはリスクや不確実な要因の影響を受けます。従って、実際の業績は、これらの予想とは大きく異なる可能性があります。
- 各種データ・資料については細心の注意を払っておりますが、記載された情報の誤りや第三者によるデータの改ざん等本資料に関連して生じる障害・損害について、その理由の如何に関わらず当社は一切責任を負うものではありません。